

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah dimana lokasi dimana seluruh penelitian kegiatan dilakukan. penelitian ini dilakukan pada seluruh konsumen sepatu olahraga di kota Malang

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah berbentuk survey. Metode penelitian survey merupakan metode penelitian yang memberikan pertanyaan terstruktur kepada sampel dan dirancang untuk memperoleh informasi dari responden (Hermawan & Amirullah, 2016). Penelitian survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuisioner, observasi, wawancara dan sebagainya (Sugiyono, 2009).

C. Populasi dan sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2010) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen yang telah melakukan pembelian sepatu olahraga Adidas di kota Malang yang jumlahnya tidak teridentifikasi.

2. Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel (Ferdinand, 2014). Karena jumlah populasi dari pembeli sepatu olahraga Adidas di Kota Malang tidak teridentifikasi jumlahnya, maka sampel yang dianjurkan antara 100 sampel.

Dasar dari pengambilan sampel dengan jumlah 100 tersebut adalah pendapat Frankel dan Wallen (dalam Widayat, 2004) yang menyatakan bahwa besarnya sampel minimum untuk penelitian yang bersifat deskriptif yaitu 100 sampel.

3. Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan pendekatan *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Menurut Anwar Sanusi (2011) *purposive sampling* adalah cara pengambilan dan penentuan sampel berdasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen sepatu olahraga Adidas. Kriteria yang diajukan dalam penelitian ini adalah menjadi konsumen atau pernah membeli sepatu olahraga Adidas di kota Malang

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2015) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data.

1. Variabel bebas (X)

Menurut Sugiyono (2009), variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah sebagai berikut;

a. Citra Merek (X1)

Menurut Keller (2013) Citra merek merupakan sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan oleh konsumen terhadap merek tertentu, yang dikenal dengan istilah asosiasi merek , menurut Aris ananda (2009) bahwa indikator citra merek adalah sebagai berikut:

1. Merek dikenali (*Recognition*), brand Adidas telah dikenal oleh konsumen (pengakuan / pengenalan)
2. Memiliki reputasi baik (*Reputation*), perusahaan Adidas memiliki reputasi cukup di mata konsumen
3. Rasa percaya diri (*Affinity royalty*), menggunakan sepatu olahraga Adidas lebih membuat percaya diri

4. Melayani semua segmen, sepatu olahraga Adidas menyediakan berbagai macam pilihan produk yang diinginkan oleh konsumen

b. Desain Produk (X2)

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:254) desain produk adalah konsep yang lebih besar dari pada gaya. Gaya hanya menggambarkan penampilan produk. Gaya bisa menarik atau membosankan. Gaya yang sensasional bisa menarik perhatian dan menghasilkan estetika yang indah, tetapi gaya tersebut tidak benar-benar membuat kinerja produk menjadi lebih baik. Tidak seperti gaya, desain tidak hanya sekedar kulit luar, desain adalah jantung produk.

Menurut kotler (2010) bahwa Indikator desain produk adalah sebagai berikut :

1. Variasi desain yang dimiliki sepatu olahraga Adidas bervariasi
2. Model yang diberikan sepatu olahraga Adidas sesuai dengan kebutuhan,
3. Desain yang diberikan sepatu olahraga Adidas futuristik atau mengikuti perkembangan zaman
4. Warna yang disediakan sepatu olahraga Adidas berbagai macam
5. Kemudahan perbaikan apabila mengalami kerusakan pada sepatu olahraga Adidas.

2. Variabel Terikat (Y)

Menurut Sugiyono (2009), variabel independen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

a. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2009) keputusan membeli yaitu: “beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk”

Menurut Citra & Santoso (2016) indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1. Kemantapan dalam membeli sepatu olahraga Adidas pada sebuah produk,
2. Cepat memutuskan dalam membeli sepatu olahraga Adidas
3. Yakin dalam memutuskan membeli sepatu olahraga Adidas, membeli sehingga yakin dalam membeli produk
4. keputusan membeli sepatu olahraga Adidas sesuai dengan selera,

E. Jenis dan Sumber Data

Data adalah sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan. Data dapat berwujud suatu keadaan, gambar, suara, huruf, angka, matematika, bahasa ataupun simbol-simbol lainnya yang bisa kita gunakan sebagai bahan untuk melihat lingkungan, obyek, kejadian ataupun suatu konsep yang akan dilakukan selanjutnya. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif yang dimaksud disini merupakan pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan persentase tanggapan mereka

Menurut Indriantoro dan Supomo (2009) sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Pada penelitian ini sumber data yang didapat adalah data primer. Data primer merupakan data yang langsung didapatkan secara langsung dari sumber pertama. Menurut (Sugiyono, 2015), sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil kuisisioner dan wawancara dari responden konsumen sepatu olahraga Adidas.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan instrumen kuisisioner. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan kepada responden (Sugiyono, 2009). Kuisisioner terdiri dari pernyataan terbuka, yaitu identitas diri responden dan pernyataan tertutup yaitu pernyataan-pernyataan yang telah disediakan dan jawaban yang diberikan dibatasi. Penyebaran kuisisioner dilakukan dilokasi penelitian, yaitu di universitas-universitas yang ada di kota Malang. Kuisisioner yang disebarkan

G. Teknik Pengukuran Skala

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala *Likert*. skala *Likert* adalah skala yang digunakan secara luas yang meminta responden menandai derajat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus (Malhotra, 2017). Teknik skala pengukuran *Likert* termasuk pada skala

pemeringkatan terperinci, yakni memiliki nomor atau uraian singkat yang terkait dengan masing-masing kategori.

Kategori tersebut diurutkan berdasarkan posisi skala. digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial yang terjadi. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban yang telah diberikan responden dari setiap item instrumen dengan skala *Likert* ini mempunyai tingkatan dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju, yang berupa kata-kata dengan memberi skor pada masing-masingnya. Sehingga jawaban dari responden dibagi menjadi 5 tingkatan yaitu:

Tabel 3.1 Skala Likert

Jawaban	Penilaian
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : Malhotra (2017)

Data yang akan dianalisa dalam penelitian ini berkaitan dengan hubungan antara variabel penelitian. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS.

H. Uji Instrumen

1. Uji validitas

Uji validitas menurut Sugiyono (2010:267) adalah Derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Rumus dasar dari Uji Validasi:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi
 n = Jumlah responden
 X = Jumlah skor butir
 Y = Skor total

Sumber : Malhotra (2017)

Validitas kuesioner dapat diukur dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Untuk menguji apakah masing-masing indikator valid atau tidak, dapat ditunjukkan melalui output *Cronbach Alpha* pada kolom *Correlation Item – Total Correlation* kemudian bandingkan nilai *Correlation Item – Total Correlation* dengan hasil perhitungan *r* table, jika *r* hitung lebih besar daripada *r* table dan nilai positif maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2018).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2018). Kuesioner

dapat dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataannya stabil dari waktu ke waktu atau konsisten. Pernyataan konsisten berarti masing-masing pertanyaan dijawab tidak boleh acak karena pertanyaan diukur dengan hal yang sama.

Rumus dasar uji reliabilitas adalah:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas Instrument
 k = Banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir
 σ_t^2 = Varian total

Sumber : Malhotra (2017)

Pengujian reliabilitas ini dapat diukur dengan cara *One Shot* dimana hanya sekali pengambilan sampel kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain untuk mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Uji statistik *Cronbach Alpha* pada paket aplikasi SPSS dapat digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner. Variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70.

I. Uji asumsi klasik

Menurut Lupiyoadi dan Ikhsan (2015) dalam analisis regresi harus menggunakan uji asumsi klasik (uji prasyarat analisis). Apabila uji asumsi klasik valid atau terpenuhi maka dapat dilakukan analisis regresi berganda.

a. Normalitas

Uji normalitas adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui sebuah model regresi yaitu variabel dependen, variabel independen atau

keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, dimana pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik nonparametric Kolmogorof – Smirnov (K-S) pada aplikasi SPSS for windows (Ghozali,2018).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas menurut Anwar Sanusi (2011) bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Pada penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidak multikolonieritas di dalam model regresi dapat dilakukan dengan melihat nilai variabel Inflation Factor (VIF). Apabila nilai $VIF < 10$ atau nilai toleransinya $> 0,10$ maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dianggap tidak memiliki masalah multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah sebuah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui adakah korelasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Menurut Anwar Sanusi (2011) untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat dilakukan dengan pengujian *Durbin-Watson (d)*. Hasil perhitungan *Durbin-Watson (d)* dibandingkan dengan nilai d_{tabel} pada $\alpha = 0,05$. Tabel memiliki nilai batas atas (d_U) dan nilai batas bawah (d_t) untuk berbagi nilai n dan k.

J. Metode Analisis Data

1. Analisis regresi Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linier berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linier sederhana, yaitu menambah variabel bebas yang awalnya hanya satu menjadi dua atau lebih (Sanusi, 2011) Dengan demikian, analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (citra merek dan desain produk) terhadap variable dependen (Keputusan Pembelian). Regresi linier berganda dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Keterangan:

b = koefisien regresi
 a = Konstanta
 X1 = Citra Merek
 X2 = Desain Produk
 e = standart error

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2011) menyatakan uji koefisien determinasi bertujuan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat yang dilihat melalui *adjusted* R^2 . Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Jika hasil yang didapatkan $> 0,5$ maka model yang digunakan dianggap cukup handal dalam membuat estimasi. Semakin besar angka *adjusted* R^2 maka semakin baik model yang digunakan dalam menjelaskan hubungan variabel independen (bebas) terhadap variabel dependennya (terikat). Jika R^2 semakin kecil berarti model tersebut semakin lemah dalam menjelaskan variabilitas dari variabel terikatnya.

3. Uji hipotesis penelitian

a. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Pada uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel independen dimana benar-benar berpengaruh terhadap terhadap variabel dependen secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2018).

Dalam penelitian ini hipotesis yang digunakan adalah :

H_0 : Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H_a : Citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

H_0 : Desain produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ha : Desain produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

b. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji F yaitu uji untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Pengujian yang dilakukan ini adalah dengan uji parameter dengan menggunakan uji F-statistik. Uji F menurut Sugiyono (2017) adalah untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Rumus uji F adalah sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/K}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

Keterangan :

R^2 = koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = banyaknya variabel bebas

N = ukuran sampel

F = Fhitung yang selanjutnya dibandingkan dengan Ftabel (n-k-1)

Sumber : Sugiyono (2017)

Dari perhitungan tersebut akan diperoleh distribusi F dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Apabila probabilitas signifikansi $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Apabila probabilitas signifikansi $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

3. Uji Dominan

Untuk mengetahui variabel bebas mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui variabel dominan ini dapat diketahui dengan melihat nilai *coefficient beta* serta dari nilai *t* hitung yang paling besar. Semakin besar nilai *beta*, maka semakin besar pengaruhnya terhadap variabel dependen, adapun perhitungannya diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien parsial. Adapun perhitungan dan pengujian statistic dalam penelitian ini dilakukan menggunakan fasilitas program aplikasi SPSS.

Untuk mengetahui variabel bebas mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui variabel dominan ini dapat diketahui dengan melihat nilai *coefficient beta* serta dari nilai *t* hitung yang paling besar. Semakin besar nilai *beta*, maka semakin besar pengaruhnya terhadap variabel dependen, adapun perhitungannya diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien parsial. Adapun perhitungan dan pengujian statistic dalam penelitian ini dilakukan menggunakan fasilitas program aplikasi SPSS.